Indonesian Journal of Educational Management and Leadership
Volume 01, Issue 01, 2023, pp. 106-117
https://doi.org/10.51214/ijemal.v1i1.531
Journal homepage: https://journal.kurasinstitute.com/index.php/jemal

Manajemen *public relation* dan strategi lembaga pendidikan Islam dalam membangun citra lembaga

Irma Indriani, Syamsudin
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Indonesia
*Correspondence: syamhs@umy.ac.id

Article history:
Received
March 8, 2023

Reviewed
March 15, 2023

Accepted
March 24, 2023

ABSTRACT

Purpose – *The objectives of this research are: 1) to find out the public relation management in building the image of MTs "Andalusia" Boarding School Banjarnegara, 2) to find out the strategy of MTs "Andalusia" Boarding School in building the institution image.*

Method – *The approach used was qualitative and the type of research was descriptive qualitative. The subject of the research was the Leader of the Institution "Andalusia" Banjarnegara, the Headmaster, the employee/ school operator, the teachers/ academic advisors of the classes, the students, the parents/ the guardians of the students, and the people in the environment of MTs "Andalusia" Boarding School Banjarnegara. The data collecting techniques were interview, observation, and documentation. The data analyses used were data reduction, presentation, and conclusion drawing.*

Findings – *the research results are: 1) MTs "Andalusia" Boarding School Banjarnegara has carried out the function of public relation management well even though there has not been the division of public relation in the structure of the organization, 2) The public relation activity is carried out by all civitas academia in MTs "Andalusia" Boarding School Banjarnegara by the management including planning, organizing, implementation, and controlling the public relation activity well, 3) MTs "Andalusia" Boarding School Banjarnegara is building the image of the institution as in the fact by focusing the achievements of the school along with the quality improvement, 4) The efforts of MTs "Andalusia" Boarding School Banjarnegara in building the image of the institution include the activity of the opinion building, the school publication, and the education marketing.*

Keywords: *Public Relation Management, Image Building Strategy, Islamic Education Institution*

Histori Artikel:
Diterima
8 Maret 2023

Ditinjau
15 Maret 2023

Disetujui
24 Maret 2023

ABSTRAK

Tujuan – Tujuan penelitian ini adalah: 1) untuk mengetahui manajemen public relation dalam membangun citra MTs "Andalusia" Boarding School Banjarnegara, 2) untuk mengetahui strategi MTs "Andalusia" Boarding School Banjarnegara dalam menumbuhkan citra lembaga.

Metode – Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah Kualitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif. Subyek penelitian ini adalah pimpinan Yayasan Pendidikan Islam "Andalusia" Banjarnegara, kepala madrasah, karyawan/operator madrasah, guru/wali kelas, siswa, orang tua/wali siswa, dan warga sekitar MTs "Andalusia" Boarding School Banjarnegara. Teknik Pengumpulan Data adalah Wawancara, Observasi dan

Dokumentasi. Analisis Data yang digunakan yaitu Reduksi Data, Penyajian dan Penarikan Kesimpulan.

Hasil – hasil penelitian ini adalah: 1) MTs "Andalusia" Boarding School Banjarnegara telah melaksanakan fungsi manajemen public relation dengan baik, walaupun belum terbentuk divisi hubungan masyarakat dalam struktur keorganisasian, 2) Kegiatan public relation dilaksanakan oleh seluruh civitas academia di MTs "Andalusia" Boarding School Banjarnegara dengan pengelolaan manajemen meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian kegiatan public relation yang baik, 3) MTs "Andalusia" Boarding School Banjarnegara membangun citra lembaga yang sesuai dengan kenyataan dengan fokus menunjukkan prestasi dan pencapaian madrasah yang diiringi dengan perbaikan mutu, 4) Upaya MTs "Andalusia" Boarding School Banjarnegara dalam menumbuhkan citra lembaga meliputi kegiatan pembentukan opini, publikasi madrasah dan pemasaran pendidikan

Keywords: manajemen *public relation*; strategi pembentukan citra; lembaga pendidikan Islam

Pendahuluan

Pendidikan menjadi salah satu hal terpenting bagi inividu maupun masyarakat. Keberadaan lembaga pendidikan Islam di Indonesia menjadi salah satu wadah untuk menjembatani kegiatan penyampaian pendidikan. Terutama masyarakat semakin memperhatikan keberadaan lembaga pendidikan Islam setelah disahkannya Undang-undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (SISDIKNAS). Dalam Undang- undang tersebut mengakui bahwa lembaga pendidikan Islam setara dengan lembaga formal lain yang berada dalam Kementerian Pendidikan Republik Indonesia (Indrioko, 2015: 265). Meskipun lembaga pendidikan Islam telah mendapat pengakuan tersebut tidak menjamin bahwa lembaga pendidikan Islam bisa terus berjalan dengan baik. Terutama seiringnya perubahan zaman muncul berbagai tantangan yang terus dialami lembaga pendidikan Islam. Salah satu tantangan yang dihadapi lembaga pendidikan Islam adalah untuk mempertahankan eksistensinya sebagai lembaga pendidikan dengan basis nilai-nilai ke-Islamannya (Indrioko 2015: 265). Untuk itu maka lembaga pendidikan harus mampu meningkatkan kualitas atau mutu dari lembaga pendidikan Islam tersebut.

Perbaikan mutu lembaga pendidikan Islam tidak bisa terlepas dari peran masyarakat. Masyarakat sebagai konsumen pendidikan secara luas sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan suatu lembaga pendidikan (Ikhwan, 2018: 3). Tanpa peran masyarakat sangat sulit lembaga pendidikan Islam dapat berkembang.). Dimana perbaikan mutu yang dilakukan lembaga pendidikan Islam dapat memberikan dampak pada terciptanya citra yang baik (Indrioko 2015: 265). Membahas tentang pembentukan citra maka tidak bisa terlepas dari kegiatan hubungan masyarakat atau

public relation (Mundiri (2019: 58). Bila dikaitkan dengan pembentukan citra lembaga pendidikan Islam maka kegiatan *public relation* tidak bisa terlepas dari kegiatan pembentukan opini, *marketing* maupun publikasi madrasah. Dengan tujuan untuk mengenalkan lembaga pendidikan kepada masyarakat luas sehingga mampu menarik minat pelanggan ataupun konsumen untuk menggunakan layanan atau jasa yang ditawarkan (Indrioko, 2015: 267). Maka, lembaga pendidikan Islam harus mampu menyusun serangkaian program *public relation* terkait unsur-unsur tersebut dengan memfungsikan manajemen yang baik.

Permasalahan saat ini masih banyak lembaga pendidikan Islam di Indonesia yang belum mampu memaksimalkan fungsi manajemen dengan baik. Tapi, tidak sedikit pula yang sudah mampu mengelola manajemen lembaganya dengan baik. Salah satunya adalah MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara. Lembaga pendidikan Islam ini didirikan di bawah yayasan pendidikan Islam yaitu Yayasan Pendidikan Islam "Andalusia" Banjarnegara. Pada awal berdirinya lembaga pendidikan Islam ini diperuntukkan untuk anak- anak yatim, piatu dan duafa terkhusus anak laki-laki. Namun, karena prestasinya yang mampu bersaing dengan lembaga-lembaga pendidikan lain. Sehingga, masyarakat meminta lembaga pendidikan Islam ini membuka jalur reguler. Sejak tiga tahun terakhir setelah dibukanya jalur tersebut, minat masyarakat terhadap lembaga pendidikan Islam ini semakin tinggi dibuktikan calon peserta didik meningkat setiap tahunnya. Bahkan berasal dari berbagai kota dan provinsi yang ada di Indonesia.

Dengan penjabaran tersebut maka dapat diketahui bahwa lembaga pendidikan ini mampu mendapat perhatian dan kepercayaan dari masyarakat. Hal ini tidak bisa terlepas dari pengelolaan manajemen yang baik dari MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara. Sehingga dari uraian di atas maka peneliti tertarik untuk meneliti tentang manajemen *public relation* dan strategi lembaga pendidikan dalam membangun citra lembaga. Sehingga fokus penelitian ini ada pada manajemen *public relation* dan strategi lembaga pendidikan Islam dalam membangun citra lembaga dalam hal ini citra positif di MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dirumuskan permasalahan antara lain: 1) Bagaimana manajemen *public relation* di MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara dalam membangun citra lembaga?, 2) Bagaimana strategi yang digunakan MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara dalam membangun citra lembaga?

Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui proses manajemen (perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengendalian) kegiatan *public relation* di MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara dan strategi yang digunakan MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara dalam membangun citra lembaga. Sedangkan manfaat dari penelitian ini antara lain: 1) manfaat secara teoritis penelitian ini dapat dijadikan sebagai kajian untuk menambah pengetahuan dan sumbangan dalam kajian untuk penelitian selanjutnya yang khusus membahas tentang manajemen *public relation* dan strategi lembaga pendidikan Islam dalam membangun citra

lembaga. 2) manfaat praktis bagi masyarakat wawasan dan pemahaman terutama bagi peneliti dan pembaca sehingga dapat menjadi salah. satu masukan apabila ditemukan masalah yang terkait dikemudian hari, untuk lembaga pendidikan bermanfaat untuk dijadikan masukan dan pertimbangan dalam upaya membangun citra MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara. Selain itu penelitian ini dapat menjadi media untuk promosi agar masyarakat luas semakin mengenal MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara.

Penelitian ini bukanlah penelitian pertama. Sehingga, penelitian ini telah melakukan tinjauan dari penelitian sebelumnya yang berbentuk jurnal. *Pertama,* penelitian ini berjudul *"Strategi Public relation dalam Membangun Citra Positif (Studi Empiris Pada Pondok Pesantren Modern Darul Amanah Sukorejo Kabupaten Kendal)* oleh Alem Joko Pamungkas dan Hasta Mardi Setiawan tahun 2018. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dan bertujuan untuk mendeskripsikan strategi *public relation dalam* membangun citra positif di Pondok Pesantren Modern Darul Amanah Sukorejo Kabupaten Kendal. Hasil penelitian diketahui bahwa terdapat lima upaya yang dilaksanakan bidang kehumasan untuk menumbuhkan citra yang baik.

Kedua, Mohammad Hasan (2017) berjudul *"Manajemen Public relation dalam Membangun Citra dan Konsistensi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta (Studi Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Syaikhona Moh. Kholil Bangkalan)*. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan manajemen *public relation* Sekolah Tinggi Agama Islam Syaikhona Moh. Kholil Bangkalan dalam membangun citra dan konsistensinya. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Hasil penelitian ini diketahui bahwa *public relation* Sekolah Tinggi Agama Islam Syaikhona Moh. Kholil Bangkalan telah memfungsikan peran manajemen *public relation* dengan baik dan strategi dalam meningkatkan citra lembaga adalah dengan memanfaatkan modal nama besar Moh. Kholil, peningkatan pelayanan pendidikan, melakukan kerja sama serta melakukan komunikasi publik melalui pers, media, poster, dan sarana komunikasi.

Ketiga, "Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di SMK YPE Sumpiuh Kabupaten Banyumas". Penelitian ini ditulis oleh Israyati Tresna Ningsih dan Hengky Pramusinto tahun 2017. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif. Penelitian ini bertujuan untuk membahas kegiatan humas dalam meningkatkan citra sekolah di SMK YPE Simpiuh serta menggali upaya yang dilakukan dalam mengatasi kendala. Hasil penelitian ini diketahui bahwa peran dari humas di SMK YPE Simpiuh sudah cukup maksimal yang diwujudkan melalui kegiatan bakti dilingkungan sekolah, menjalin kerja sama, melaksanakan kegiatan HUT sekolah dengan warga internal maupun eksternal sekolah, promosi di SMP dan turut serta dalam kegiatan sosial keagamaan yang diadakan masyarakat. Secara keseluruhan persamaan dari beberapa tinjauan pustaka di atas adalah terkait dengan pembahasan manajemen *public relation* maupun strategi dalam membangun citra lembaga pendidikan. Hanya saja penelitian terdahulu hanya membahas salah satu dari pembahasan tersebut dan hanya berfokus pada strategi yang dilaksanakan oleh bagian hubungan masyarakat yang ada di suatu lembaga yang menjadi subjek penelitian.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang menekankan pada pemahaman mengenai masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas atau natural *setting* yang holistis, kompleks dan rinci (Anggito dan Setiawan, 2018: 9). Jenis penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif sendiri merupakan suatu penelitian yang dilakukan dengan tujuan utama untuk memberikan gambaran atau deskripsi tentang suatu keadaan secara objektif (Aditya, 2013: 3). Sehingga penelitian ini dipilih untuk menyajikan data sistematis dan faktual mengenai fakta lapangan dari keadaan subjek yang ada di lapangan untuk diteliti dan tidak memerlukan data dalam bentuk angka.

Lokasi penelitian ini dilaksanakan di MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara Jalan Lapangan Krida Remaja Sokanandi Banjarnegara Jawa Tengah. Subjek penelitian ini meliputi pihak internal MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara yang yang berhubungan dengan kegiatan *public relation* yang meliputi kepala madrasah, pimpinan Yayasan Pendidikan Islam Andalusia dan operator madrasah sebagai informan utama dan wali kelas/guru sebagai informan tambahan. Selain pihak internal subjek penelitian ini juga meliputi pihak eksternal yaitu orang tua peserta didik dan masyarakat sekitar MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara. Hal ini peneliti lakukan karena pokok penelitian ini terkait manajemen *public relation* dan kegiatan membangun citra Lembaga maka tidak bisa dipisahkan dari pihak ketiga yaitu orang tua/wali siswa dan masyarakat. Selain itu informasi yang didapatkan dari informan tambahan ini juga dijadikan sebagai triangulasi data yang berfungsi sebagai penguat dari hasil wawancara dengan informan utama. Tenknik analisis data menggunakan analisis interaktif miles & huberman yang terdiri dari beberapa proses yaitu.

Hasil dan Pembahasan

Manajemen *Public Relation* MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara dalam Membangun Citra Lembaga

Public relation merupakan rangkaian kegiatan yang dilakukan organisasi atau lembaga dengan tujuan untuk menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat ataupun pihak-pihak tertentu diluar organisasi tersebut agar mendapat dukungan secara sadar dan sukarela (Bakri, Harun dan Ibrahim, 2017). Fungsi *public relation* sendiri dimanfaatkan MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara sebagai strategi dalam membangun citra lembaga walaupun dalam struktur keorganisasian belum ada bagian *pubic relation* atau hubungan masyarakat (Hasil wawancara dengan Bapak Anton Zaeni Noor M.Si., selaku Kepala Madrasah MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara pada tanggal 19 Juni 2019). Agar kegiatan *public relation* dapat dilaksanakan dengan maksimal makan memerlukan manajemen yang baik. Menurut Schermerhorn proses manajemen yang harus dijalankan oleh seorang manajer adalah *planning* (perencanaan), *organizing* (pengorganisasian), dan *controlling*

(pengendalian) (Febriyanto dan Triana, 2015).

Perencanaan (Planning)

Perencanaan kegiatan *public relation* yang ada di MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara dilaksanakan bersamaan dengan perencanaan kegiatan lainnya melalui rapat yang mengikut sertakan guru, karyawan, maupun pihak yayasan dan pondok. Setelah itu disosialisasikan kepada orang tua/ wali siswa. Dari hasil penelitian ditemui bahwa pada perencanaan kegiatan *public relation* yang dilaksanakan di MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara meliputi: a) kegiatan menyusun rencana program dilaksanakan jangka panjang dan pendek atau harian, b) menetukan target dan sasaran kegiatan *public realtion*, c) menentukan anggaran dana.

Hal-hal yang dilaksanakan MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara dalam perencanaan kegiatan *public relation* ini selaras dengan pendapat Mohammad Hasan (2017: 39) bahwa dalam perencanaan meliputi kegiatan menetapkan apa yang dicapai, bagaimana mencapai, berapa lama, berapa orang yang diperlukan, dan berapa jumlah biayanya. Selain itu dalam perencanaan juga meliputi perencanaan kegiatan jangka pendek, menengah dan panjang.

Pengorganisasian (Organizing)

Dari hasil penelitian diketahui bahwa MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara belum memiliki divisi atau bagian tersendiri yang khusus bertugas melaksanakan kegiatan *public relation* dalam struktur keorganisasiannya. Padahal idealnya dalam sebuah lembaga memiliki petugas atau divisi bagian hubungan masyarakat sehingga dapat memaksimalkan kegiatan *public relation.* Hal ini sejalan dengan pendapat Hermawati (2017: 5) bahwa lembaga pendidikan menunjuk petugas *public relation* dan para petugas merumuskan organisasi atau struktur dan komunikasi sehingga memaksimalkan terciptanya saling pengertian yang lebih baik antara lembaga dengan khalayaknya. Sedangkan, pelaksana kegiatan *public relation* di MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara dilakukan oleh seluruh guru dan karyawan secara bergantian sesuai dengan kegiatan atau program. Dalam pengorganisasian kegiatan publikasi dilaksanakan pada rapat koordinasi yang dipimpin kepala sekolah. Dalam rapat tersebut membahas pembentukan kepanitiaan, membagi tugas, menunjuk penanggung jawab dan selanjutnya kepanitiaan tersebut berkoordinasi lagi dengan kepala sekolah. Hal ini sejalan dengan pendapat Hasan (2017: 39) pengorganisasian adalah mencangkup pembagian tugas kepada masing-masing pihak, membentuk bagian, mendelegasikan, menetapkan wewenang dan tanggung jawab, sistem komunikasi serta mengkoordinasikannya.

Pelaksanaan (Actuating)

Pelaksanaan kegiatan *public relation* di MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara mengikut sertakan siswa, guru, karyawan, kepala madrasah, pimpinan yayasan, direktur pondok bahkan orang tua/wali siswa. Hal ini sejalan dengan pendapat menurut Hasan (2017: 33) dalam sebuah lembaga pendidikan yang harus

menjadi *public relation* adalah semua orang yang libat proses pembelajaran, meliputi pimpinan/kepala seklah/madrasah, guru, siswa, seluruh karyawan yang ada dalam lembaga pendidikan tersebut. Berdasarkan hasil penelitian berikut ini pelaksanaan kegiatan *public relation* di MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara, antara lain:

a. Memperkenalkan kegiatan yang sedang atau akan dilaksanakan madrasah
b. Mengelola media publikasi madrasah
c. Menyebarkan informasi tentang madrasah melalui media cetak, online maupun media massa
d. Menjalin kerjasama dengan pihak eksternal
e. Menjalin hubungan harmonis dengan masyarakat melalui penyelenggaraan event yang mengikut sertakan masyarakat dan komunikasi
f. Berpartisipasi dalam kegiatan yang diselenggarakan masyarakat maupun pemerintah
g. Kegiatan menumbuhkan citra madrasah
h. Memonitor sikap masyarakat terhadap madrasah terutama tentang citra lembaga.

Dari hasil penelitian diketahui dalam pelaksanaan kegiatan *public relation* di MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara terdapat faktor penghambat dan pendukung yang mempengaruhi pelaksanaannya. Adapun faktor-faktor tersebut antara lain:

Faktor penghambat

Adapun faktor yang menghambat pelaksanaan kegiatan *public relation* yang ada di MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara meliputi tugas ganda, pelaksana kegiatan *public relation* tidak sesuai dengan keahliannya dan dana.

Faktor pendukung

Adapun faktor yang mendukung pelaksanaan kegiatan *public relation* yang ada di MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara adalah pimpinan Yayasan Pendidikan Islam Andalusia yang ikut melaksanakan kegiatan publikasi dan *marketing.* Selain itu pimpinan Yayasan Pendidikan Islam dan direktur pondok yang memiliki relasi yang luas juga menjadi faktor yang mendukung kegiatan *public relation*.

Pengendalian (Controlling)

Program maupun kegiatan *public relation* yang telah dilaksanakan kemudian dilakukan kegiatan pengendalian (*controlling*). Admosudirdjo mengatakan bahwa pokok dari *controlling* yaitu keseluruhan dari kegiatan membandingkan atau mengukur apa yang sedang atau telah diimplementasikan dengan kriteria, norma-norma, standar, atau rencana-rencana yang telah ditetapkan sebelumnya (Febriyanto dan Triana, 2015: 69). Sedangkan kegiatan pengendalian *public relation* yang dilaksanakan di MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara melalui rapat monev (*monitoring* dan evaluasi) dan rapat ini dilaksanakan setiap bulan. Selain rapat monev, pengendalian kegiatan *public relation* di MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara juga dilaksanakan melalui rapat akhir tahun pelajaran. Kegiatan tersebut

bertujuan untuk menggoresi dan memantau kembali kegiatan sekolah yang sudah terlaksana apakah sudah sesuai atau belum, dengan kegiatan ini akan mengetahui hambatan, kendala, dan kekurangan dalam pelaksanaan program (Thoha dan Jannah, 2019: 39).

Strategi MTs "Andalusia" Boarding School Banjarnegara dalam Membangun Citra Lembaga

Menurut Gunawan sebagaimana yang dikutip oleh Deddiliawan dan Arafat (2019: 86) hubungan masyarakat atau *public relation* sangat penting dalam manajemen pendidikan dikarenakan *public relation* mempunyai fungsi pokok dalam manajemen pendidikan yaitu dapat menarik perhatian masyarakat umum sehingga meningkatkan relasi serta animo masyarakat terhadap lembaga pendidikan tertentu. Sebagaimana pendapat tersebut, kegiatan *public relation* juga menjadi perhatian lebih MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara untuk menumbuhkan citra positif terhadap lembaga. Sehingga, MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara serangkaian upaya atau strategi untuk membangun citra lembaga dengan berupaya untuk membangun citra lembaga yang sesuai dengan kenyataan. Dimana kegiatan dalam membangun citra diiringi dengan menampilkan bukti nyata kepada masyarakat dengan cara menunjukkan atau menampilkan prestasi dan pencapaian. Sehingga, dalam setiap upaya MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara untuk membangun citra ini fokus pada hal tersebut. Membahas upaya atau strategi lembaga pendidikan Islam dalam membangun citra positif ada beberapa upaya yang bisa dilakukan. Menurut Indrioko (2015: 267) upaya-upaya tersebut meliputi: 1) kegiatan pembentukan opini publik, 2) kegiatan publikasi madrasah, 3) kegiatan pemasaran pendidikan. Bila dikaitkan dengan pendapat di atas maka berikut ini upaya-upaya MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara, antara lain:

Pembentukan Opini Publik

Menurut R.P Abelson yang dikutip dalam buku Rosyadi Ruslan (2012: 35) bahwa proses pembentukan opini publik terkait erat dengan sikap mental (*attitude*), persepsi (*perception*) dan hingga kepercayaan tentang sesuatu (*belief*). Sebagaimana yang diungkapkan oleh Dimyati (2018: 170) yaitu "tanpa kepercayaan, tidak akan ada penghormatan dan citra merupakan indikator penting dalam keberhasilan dari suatu lembaga". Hasil dari penelitian diketahui bahwa opini yang ingin dibentuk oleh MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara sejalan dengan dua pendapat tersebut.

Opini yang ingin dibentuk adalah MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara sebagai lembaga pendidikan yang menghasilkan *output* yang memiliki kemampuan *tahfidz* serta berprestasi dalam bidang akademik dan non akademik. Untuk menumbuhkan rasa percaya dari masyarakat terhadap lembaga maka berikut ini upaya yang dilakukan MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara dalam rangka membentuk opini publik, antara lain:

Melakukan perbaikan fisik dan non fisik.

Kegiatan ini dilaksanakan dalam rangka menciptakan lingkungan yang kondusif yang dan meningkatkan kinerja guru dan karyawan untuk meningkatkan mutu pendidikan dan pelayanan yang ada di MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara. Perbaikan fisik terkait perbaikan sarana prasana sedangkan perbaikan fisik pada peningkatan mutu dan kompetensi guru dengan mengadakan pelatihan/*trainning*.

Menjalin hubungan yang harmonis dengan masyarakat baik internal maupun eksternal melalui komunikasi, ikut serta dan menyelenggarakan kegiatan dengan masyarakat.

Kegiatan komunikasi secara langsung dengan pihak internal melalui rapat-rapat internal. Hal ini sejalan dengan pendapat Rozi (2017: 142) bahwa rapat internal dengan guru dan karyawan dilakukan untuk membina hubungan yang harmonis dan memelihara pengertian bersama sehingga dapat meningkatkan kemampuan tim dan mewujudkan saling percaya satu sama lain. Komunikasi secara tidak langsung melalui media aplikasi *chat* yaitu *whatsapps*. Sedangkan strategi untuk menjalin hubungan dengan publik eksternal yang dilakukan MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara dengan menyelenggarakan kegiatan yang mengikut sertakan masyarakat dan berpartisipasi dalam kegiatan masyarakat. Kegiatan yang diselenggarakan madrasah meliputi kegiatan pengambilan rapor (*parenting*), *home visit*, pengajian ahad wage, Quran vaganza maupun *open house*.

Publikasi Madrasah

Selain upaya pembentukan opini publik, MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara melakukan publikasi madrasah. Menurut Hasan (2017:31) salah satu dari tugas *public relation* adalah menginformasikan segala sesuatu tentang suatu lembaga kepada masyarakat. Dengan kata lain melakukan publikasi kepada khalayak umum agar masyarakat mengenal lembaga pendidikan Islam ini. Selain itu, kegiatan ini juga bertujuan untuk mendukung kegiatan pembentukan opini dalam rangka menumbuhkan citra lembaga.

Menurut Indrioko (2015: 265) bahwa publikasi terdapat dua macam meliputi publikasi langsung dan secara tidak langsung. Berdasarkan pendappat tersebut MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara meliputi publikasi langsung dan tidak langsung.

Kegiatan publikasi langsung

Publikasi langsung memanfaatkan kegiatan khusus yang diselenggarakan MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara meliputi pengajian ahad wage, *parenting*, Quran vaganza, wisuda akbar *tahfidz* di Pendopo Banjarnegara. Hal tersebut sejalan dengan pendapat Ruslan yang dikutip oleh Buchori (2019: 7) yaitu menyelenggarakan *event* merupakan salah satu strategi yang dilaksanakan dengan tujuan untuk menyebar informasi kepada khalayak.

Kegiatan publikasi tidak langsung

Sedangkan publikasi tidak langsung meliputi pemanfaatan media massa melalui bekerja sama dengan pers. Sedangkan media *online* yang dimanfaatkan untuk media publikasi MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara adalah *website, youtube, instagram, facebook*, dan *twitter*. hal ini dipilih untuk tujuan dapat menjangkau publik secara lebih luas. Hal ini sejalan dengan yang diungkapkan Mahfuzhah dan Anshari (2018: 144) bahwa komunikasi tak terbatas ruang, jarak, dan waktu. Selain itu MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara juga memanfaatkan media berupa brosur dan spanduk.

Pemasaran Pendidikan

Persaingan di dunia pendidikan menjadi salah satu tantangan bagi lembaga pendidikan Islam di Indonesia. Untuk itu perlunya kegiatan pemasaran pendidikan untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan pertumbuhan lembaga pendidikan (Indrioko, 2015: 272). Kegiatan pemasaran yang dilakukan MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara menggunakan media yang sama dengan media publikasi madrasah yaitu pemasaran melalui pemanfaatan media *online* meliputi *website, whatsapps, instagram,* dan *facebook*. Selain itu MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara berkerja sama dengan radio dalam hal periklanan. MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara juga melaksanakan pemasaran dengan cara konvensional dengan cara menyebarkan brosur ke sekolah-sekolah dasar yang ada di Banjarnegara. MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara menghimbau masyarakat internal untuk melaksanakan kegiatan pemasaran dari mulut ke mulut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan di MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara mengenai manajemen *public relation* dan strategi lembaga pendidikan Islam dalam membangun citra lembaga, MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara melaksanakan fungsi-fungsi *public relation* walaupun belum memiliki divisi kehumasan tersendiri dalam struktur organisasi, sehingga, seluruh *civitas academia* merupakan pelaksana kegiatan *public relation* dengan koordinatornya adalah Kepala Madrasah. Kegiatan *public relation* dapat terlaksana karena proses manajemen yang baik mulai dari perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan pengendalian. Terdapat beberapa kendala dalam pelaksanaan kegiatan *public relation* terutama dalam pengelolaan media publikasi dan pemasaran dikarenakan tugas ganda dari karyawan. Strategi MTs "Andalusia" *Boarding School* Banjarnegara dalam membangun citra lembaga berorientasi untuk membentuk citra sesuai kenyataan dengan cara menunjukkan atau menampilkan prestasi dan pencapaian madrasah berbasis IT. Upaya yang dilakukan untuk mencapai hal tersebut meliputi kegiatan pembentukan opini, publikasi madrasah dan pemasaran/*marketing*.

Belum adanya divisi kehumasan tersendiri dengan menunjuk koordinator dan anggota serta termasuk penyusunan program kerja dari divisi tersebut, harapannya

dengan pembentukan divisi itu sendiri mampu memaksimalkan fungsi-fungsi dari manajemen *public relation* dalam hal membantukan citra lembaga pendidikan baik kegiatan publikasi maupun yang berkaitan. Kendala-kendala yang menghambat dari kegiatan pembentukan citra lembaga sekiranya segera dicari solusi yang tepat untuk mengatasinya. Salah satu contoh dalam pengelolaan media publikasi dan pemasaran madrasah yang kurang terkelola karena ada beberapa kendala yang mulai kurang diperbaharui kontenya, yaitu salah satunya bisa dengan membuat ekstrakurikuler yang berhubungan dengan kegiatan jurnalistik, dengan adanya hal tersebut mampu mengembangkan *soft skill* dari siswa. Ataupun dengan cara merekrut karyawan baru yang memiliki kompetensi yang sesuai dengan bidang tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Aditya, D. (2013). *In HandOut Metodologi Penelitian Deskriptif.* Surakarta: Politeknik Surakarta.

Anggito, A dan Setiawan, J. (2018). *Metodotogi Penelitian Kualitatif.* Sukabum: CV Jejak. Bakri, Harun dan Ibrahim. *Manajemen Hubungan Sekolah dan Masyarakat dalam*

Bakri, S., Harun, C. Z., & Ibrahim, S. (2017). Manajemen Hubungan Sekolah Dan Masyarakat Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Pada SMP Negeri 13 Banda Aceh. *Jurnal Administrasi Pendidikan: Program Pascasarjana Unsyiah*, *5*(1).

Buchori, A. (2019). Peran dan strategi public relation dalam pembentukan citra perguruan tinggi pariwisata. *Kepariwisataan: Jurnal Ilmiah*, *13*(1).

Deddiliawan, A., & Arafat, Y. (2019). Manajemen humas untuk meningkatkan kredibilitas sekolah. *JMKSP (Jurnal Manajemen, Kepemimpinan, dan Supervisi Pendidikan)*, *4*(1), 84-89. https://doi.org/10.31851/jmksp.v4i1.2478

Febriyanto, Ardi dan Triana, E. (2015). *Pengantar Manajemen (3 In 1) Untuk Mahasiswa dan Umum.* Yogyakarta: Mediatera.

Hakim, M. N. (2019). Manajemen hubungan masyarakat dalam mengembangkan lembaga pendidikan (studi kasus di SMK Negeri 1 Dlanggu Mojokerto). *Nidhomul Haq: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, *4*(1), 121-139. https://doi.org/10.31538/ndh.v4i1.245

Hasan, M. (2017). *Manajemen Public relation dalam Membangun Citra dan Konsistensi Perguruan Tinggi Keagamaan Islam Swasta (Studi Pada Sekolah Tinggi Agama Islam Syaikhona Moh. Kholil Bangkalan).* Jurnal Penelitian Ilmu Sosial dan Keagamaan Islam, Vol. 14 (1), 27-62. https://doi.org/10.19105/nuansa.v14i1.1312

Hermawati. (2017). *Strategi Manajemen Humas dalam Membangun Citra Madrasah Di Madrasah Tsanawiyah Negeri Lubuk Pakam Kabupaten Deli Serdang.* Universitas Islam Negeri Medan

Ikhwan, A. (2018). Penerapan manajemen hubungan sekolah dan masyarakat dalam perspektif Islam. *Al-Hayat: Journal of Islamic Education*, *2*(1), 1-16.

Indrioko, E. (2015). Membangun Citra Publik dalam Lembaga Pendidikan Islam. *Universum: Jurnal KeIslaman dan Kebudayaan*, *9*(02), 265-274. https://doi.org/10.30762/universum.v9i2.92

Mahfuzhah, H., & Anshari, A. (2018). Media Publikasi Humas Dalam Pendidikan. *Al-Tanzim: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, *2*(2), 137-149. https://doi.org/10.33650/al-tanzim.v2i2.395

Ningsih, I. T., & Pramusinto, H. (2017). Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Sekolah Di SMK YPE Sumpiuh Kab. Banyumas. *Economic Education Analysis Journal*, *6*(2), 408-420..

Pamungkas, A. J., & Setiawan, H. M. (2018). Strategi Public Relations Dalam Membangun Citra Positif (studi Empiris Pada Pondok Pesantren Modern Darul Amanah Sukorejo Kabupaten Kendal). *Jurnal Egaliter*, *2*(03).

Rozi, M. A. F. (2017). Strategi Hubungan Masyarakat dalam Pendidikan Islam. *EDUKASI: Jurnal Pendidikan Islam (e-Journal)*, *5*(1), 131-144. https://doi.org/10.21274/taalum.2017.5.1.161-180

Ruslan, Rosady. (2012). *Manajemen Public relation Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi.* Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Thoha, M., & Jannah, I. N. (2018). PUBLIC RELATION DAN PEMBANGUNAN CITRA AGAMIS (Studi Implementasi Manajemen Hubungan Masyarakat Sebagai Upaya Membangun Citra Religius di SMPN 1 Pamekasan). *re-JIEM (Research Journal of Islamic Education Management)*, *1*(2), 35-43. https://doi.org/10.19105/re-jiem.v1i2.2090

Undang-undang Nomor 23 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (SISDIKNAS).